Touch your heart に思いを込めて おいしさ・健康・楽しさを提供

今回のパートナー企業　エームサービス株式会社様

テルウェル東日本が手がける事業の中には、さまざまなパートナー企業とのアライアンスのもとでお客様に提供しているものがあります。「BUSINESS NOW」のコーナーでは、そんなパートナー企業に取材して、事業をめぐる動向やビジネスのヒントを伺います。今回はNTTグループの社員食堂や研修施設の食堂を運営するフードサービス事業でアライアンスを組む、エームサービス株式会社様にお話をお聞きしました。

1日120万食を提供するフードサービスのパイオニア

トレーを持ってカウンターに並び、バラエティに富んだ主菜や小鉢などから好きなものを選んで食べる――今ではごく一般的に見られる「カフェテリア方式」の社員食堂を、今から約40年前に日本でいち早く導入したのが、エームサービス様。いわば社員食堂のパイオニア企業です。

企業の社員食堂だけでなく、学校や病院・社会福祉施設の給食から、国内外のスポーツ大会におけるアスリート食まで、幅広い分野のフードサービスを手掛け、現在、日本全国3、600カ所で1日120万食を提供しています。

そんなエームサービス様が掲げるブランドコンセプトが*Touch your heart*です。

「直訳すれば『心に触れる』ですが、『相手を思いやり、感動を与える』といった意味も込めています」と語るのは、同社企画業務部広報室長の清家尚様。「私たちの事業で最も重要なのは〝人〟です。最前線でお客様に接する従業員一人ひとりが、『おいしい食事を届けたい』『快適に過ごしていただきたい』と願い、形にしていく。品質管理も接客サービスも健康サポートも、すべて従業員がお客様を〝おもう〟ことから始まります」

エームサービス株式会社
企画業務部　広報室
室長 清家　尚様

エームサービス株式会社
BDS事業本部　西東京事業部
事業部長 八木 正明様

安心・安全のための体制強化と「自産自消プロジェクト」の推進

食の安心・安全に対する関心の高まりに応えるため、エームサービス様では、仕入から調理・提供までを一元的に管理する「品質管理本部」を昨年4月に設立するなど、体制の強化を図っています。

さらに、〝顔の見える〟食材仕入によって、安心・安全を提供しようというのが「自産自消プロジェクト」です。「契約農場で弊社従業員も参加し、収穫した野菜を近隣の事業所で調理・提供する取り組みで、NTTグループの社員食堂でも一部導入しています。今後はお客様企業の従業員を招いて農作業を体験していただくなど、より〝顔の見える〟サービスを目指したいと考えています」（清家様）

道具サンプルが展示してある資料コーナー。その種類は約600点にも及ぶ

テルウェル東日本のフードサービス事業とは？

テルウェル東日本は、長年NTTグループの社員食堂で培ったノウハウを活かし、お客様のご要望に合わせたさまざまな形態の社員食堂（158施設：平成25年2月現在）を運営。高品質なサービスと「安心・安全・満足」な運営を目指し、さらにヘルシーメニューの提供や健康増進施策を通じて、グループ各社の社員の健康づくりをサポートしています。

運営形態としては、テルウェル東日本による直営の店舗と、エームサービスのような事業者に運営を委託している店舗があります。

直営店舗は、他施設への展開を検討している施策やサービスを先行的に実施するなど、パイロットショップ的な役割も担っています。中には自衛隊中央病院内の食堂など、ユニークな直営店舗もあります。

一方、事業者に運営を委託している店舗については、テルウェル東日本独自の「ヘルシーメニュー」のガイドラインに基づいたメニュー提供を図ったり、主要事業者が集まって情報共有や意見交換を行うミーティングを定期的に開催するなどして、テルウェル東日本として品質の統一・維持に取り組んでいます。

業界研究　～社員食堂編～

ある調査によると、社員食堂などを含む「事業所対面給食」の市場は1兆円を超える規模※1。過去数年にわたってほぼ横ばいが続いており、今後も堅調に推移するとみられています。

ただし、事業環境には厳しい面もあります。例えば、工場の海外移転や生産のオートメーション化による従業員数の減少などは社員食堂の運営に直接的な影響を及ぼします。

また、オフィス周辺の飲食店やコンビニエンスストアなどとの競争も激化。特にコンビニは非常に業績を伸ばしており、商品のバラエティも増え品質もよくなっています。社外で買ったランチを持ち帰ってオフィスで食べる「中食」市場も、社員食堂にとってはライバルの1つです。

その一方で、社員食堂の存在意義を再発見しようという動きもあります。健康機器メーカーの社員食堂が話題になり、レシピ本が出版されたりタイアップ商品が発売されたりしたのは記憶に新しいところです。世の中の健康ニーズの高まりに応えて、よりヘルシーでおいしい食事を楽しめる場所、さらには社員同士がリラックスしてコミュニケーションできる空間として、社員食堂は注目されつつあります。魅力的なメニューやイベントを展開するなど、社員食堂の付加価値を向上させ、より多くの社員に来てもらうための取り組みを行う企業が増えてきています。

※1「給食市場に関する調査結果 2012」（矢野経済研究所）

「お昼の1食」で健康サポートや食文化の継承にも取り組む

日々の食事を提供する社員食堂には、従業員の健康をサポートするという重要な役割もあります。

「ある食堂で、当社の健康メニューを3カ月間召し上がっていただいたところ、体重が減少したり、体調改善が得られたという、うれしい結果報告もあります。お昼の1食だけでも、普通に食べていれば健康になるようなメニューを、自信を持ってお勧めしていきたいですね」と話すのは、主に社員食堂を手掛ける同社BDS事業本部の西東京事業部長 八木正明様。従業員が健康であることは、企業にとって健康保険料の負担軽減につながるというメリットもあるとのことです。

そうした「お昼の1食」を通じて、より広く社会に貢献したいという思いから始まったのが、「おとなの食育プロジェクト」です。親世代への啓発活動を社員食堂で行うことにより、おいしく健康的な食事の知識や日本の食文化のすばらしさを、家庭で子どもに伝えてもらおうという取り組みです。

「一流シェフがその場で〝本物のおいしさ〟を振る舞うイベントを開催し、提供メニューを記載したレシピカードを配布しています。カードがどんどん減っていくのを目にすると、うれしいですね」（清家様）

お客様から「休日に、一手間掛けた料理を家族に食べさせたい」といった声も聞かれるなど、好評を博しています。

調理師や栄養士を集めての研修や、技術の向上などを目指す「プレゼンテーションルームIDS」

テルウェル東日本とともにNTTグループの〝食〟に貢献

エームサービス様では、お客様の「心に触れる」ため、実際に食事をする従業員やクライアント企業への満足度調査を継続的に行っています。「NTTグループのお客様の生の声を蓄積しているのが当社の強みです。さらに、NTTグループのニーズを広く把握しているテルウェル東日本様と連携して、サービスレベルの向上を図っています」（八木様）

*Touch your heart*を目指す思いは、サービスの開発にも活かされています。例えば、昨年オープンしたNTT中央研修センタのレストランで提供されている「研修食」。お客様が効率よく研修を受けるサポートをしたいという現場支配人の思いから始まって、本社事業部のもと、他の研修施設の担当者、管理栄養士、調理師などが「研修食プロジェクト」を立ち上げました。その結果、朝は「目覚め／脳の活性化」、昼は「目の疲れ回復」、夜は「疲労回復／休息」といったテーマによるメニューが開発されたといいます。

「テルウェル東日本様が社員食堂のテーマに掲げる〝おもいやり〟には、当社のブランドコンセプト*Touch your heart*と通じるものがあります。これからも接客や店の雰囲気づくりまで含めて、お役に立てればと思います」（清家様）

「ブランドコンセプトには『〝ありがとう〟の数だけ私たちがいる』という言葉を添えていますが、食べておいしかったら、ぜひ『ありがとう』と一声掛けてください。言葉ひとつで120%、150%の力が出る。そうしてNTTグループの皆さまとともに私たちも成長していきたいと思っています」（八木様）

エームサービス株式会社

1976年、三井グループ企業と米国のサービスマネジメント企業アラマーク社の合弁企業として設立。以来、フードサービスを中心として企業のオフィス・工場・寮・学校はもちろんのこと、病院・社会福祉施設・研修所・スポーツスタジアムから刑事施設に至るまで、さまざまなフィールドでサービスを提供しています。私たちの健康に欠くことのできない“食”を通じて、高齢者からトップアスリートに至るまで幅広くお客様の健康をサポートしています。

●社名：エームサービス株式会社
●本社所在地：
〒107-0052　東京都港区赤坂2丁目23番1号　アークヒルズ フロントタワー
●資本金：1,909百万円　●売上高：151,125百万円（2013年3月期）
●従業員数：正社員：3,999名
その他社員：21,972名（2013年3月末現在）
●公式サイト：http://www.aimservices.co.jp/

●NTT中央研修センタの「レストラン桜」を、テルウェル東日本提供のWebサイト「おもいやり食堂」で紹介しています。
http://health.goo.ne.jp/omoiyari.html